

UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE  
MILANO

Dottorato di ricerca in Culture della Comunicazione  
ciclo XXII  
S.S.D. L-ART/06

POLITIQUE DES CRÉATEURS  
Ball e Simon tra autorialità e brand in HBO

Coordinatore: Ch.mo Prof. Aldo Grasso

Tesi di Dottorato di: Andrea Fornasiero  
Matricola: 3580017

Anno Accademico 2008/09

# INDICE

|   |    |
|---|----|
| INTRODUZIONE.....   | 4  |
| CAPITOLO I : L'Autore televisivo – Storia, ruolo e definizione .....          | 8  |
| 1. Il concetto di Autore dal cinema alla Tv.....                              | 8  |
| 2. Storia minima dell'autorialità televisiva.....                             | 13 |
| 3. L'autore nelle serie HBO.....  | 19 |
| 4. Gli scrittori preferiscono la Tv .....                                     | 25 |
| 5. Creatori, produttori e sceneggiatori .....                                 | 28 |
| 6. Creatori e registi.....  | 34 |
| 7. La firma in calce.....   | 42 |
| 8. Creatori e studios .....   | 44 |
| 9. Gradi di autorialità.....  | 45 |
| <br>CAPITOLO II : Alan Ball – <i>Six Feet Under</i> e <i>True Blood</i> ..... | 47 |
| 1. Alan Ball: prima di <i>Six Feet Under</i> .....                            | 47 |
| 2. <i>Six Feet Under</i> : uno sguardo d'insieme .....                        | 52 |
| 3. <i>Six Feet Under</i> : sessualità e femminilità.....                      | 56 |
| 4. <i>Six Feet Under</i> : in principio, la morte.....                        | 63 |
| 5. <i>Six Feet Under</i> : realtà e immaginazione.....                        | 65 |
| 6. <i>Six Feet Under</i> : messa in scena.....                                | 67 |
| 7. <i>Six Feet Under</i> : struttura degli episodi e autorialità.....         | 70 |
| 8. <i>True Blood</i> : uno sguardo d'insieme .....                            | 72 |
| 9. <i>True Blood</i> : Eros e Thanatos.....                                   | 74 |
| 10. <i>True Blood</i> : messa in scena e personaggi.....                      | 75 |
| 11. <i>True Blood</i> : genere e autorialità.....                             | 79 |

|   |     |
|---|-----|
| CAPITOLO III : David Simon – <i>The Wire</i> e <i>Generation Kill</i> ..... | 86  |
| 1. David Simon: prima di <i>The Wire</i> .....                              | 86  |
| 2. <i>The Wire</i> : genesi.....  | 89  |
| 3. <i>The Wire</i> : uno sguardo d’insieme.....                             | 94  |
| 4. <i>The Wire</i> : un cop show militante in cinque atti.....              | 101 |
| 5. <i>The Wire</i> : ritratti di minoranze e di donne.....                  | 110 |
| 6. <i>The Wire</i> : realtà e sceneggiatura.....                            | 113 |
| 7. <i>The Wire</i> : il capitale dal ghetto alla globalizzazione.....       | 117 |
| 8. <i>The Wire</i> : stile e scrittura.....                                 | 118 |
| 9. <i>The Wire</i> : un racconto e una lingua difficili.....                | 122 |
| 10. <i>Generation Kill</i> : uno sguardo d’insieme.....                     | 127 |
| 11. <i>Generation Kill</i> : il gergo e la prospettiva.....                 | 129 |
| 12. <i>Generation Kill</i> : un adattamento d’Autore.....                   | 132 |
| CONCLUSIONE.....  | 138 |
| BIBLIOGRAFIA.....   | 141 |

## INTRODUZIONE

La serialità televisiva ha iniziato un processo evolutivo negli anni Ottanta, con la Seconda Golden Age, e tale trasformazione ha poi avuto un'accelerazione sul finire degli anni Novanta, con le serie HBO e una generale impennata qualitativa dei prodotti dei networks. Tanto che oggi ci si chiede se la pupa non abbia definitivamente sfarfallato, ossia se l'idiot box non solo possa elevarsi a forma d'arte ma se il suo potenziale non sia stato effettivamente realizzato. Aldo Grasso arriva a porre come sottotitolo al suo *Buona Maestra*<sup>1</sup> una vera provocazione: Perché i telefilm sono diventati più importanti del cinema e dei libri. Vero o meno che sia, si tratta di un'affermazione impensabile anche solo all'inizio degli anni Novanta, e in questa stessa linea si pone l'interrogativo dei tre autori di *Cable Visions*<sup>2</sup>, che intitolano la terza parte del loro volume: «The Platinum Age of Television?». Barbara Maio ha poi denominato il suo contributo alla discussione *La terza Golden Age della televisione*<sup>3</sup> ospitando una prefazione di Robert J. Thompson, il padre della definizione di Seconda Golden Age, che si dimostra aperto all'idea:

Anche se ritengo che gli sviluppi a cui assistiamo in questi anni nel medium siano parte dello stesso processo iniziato con *Hill Street Blues* nel 1981, Barbara Maio presenta delle argomentazioni persuasive nel suo libro su come *La Terza Golden Age della Televisione* sia qualche cosa di unico che accade quando la "qualità come eccezione" diventa la "qualità come regola".<sup>4</sup>

I punti salienti dell'argomentazione della Maio vertono sul rinnovamento dovuto alla progressiva ibridazione dei generi e soprattutto sull'emergere della figura dell'Autore, di cui fornisce un breve quadro storico e per arrivare citare poi come caso di studio *Buffy* di Joss Whedon. Pur condividendo l'idea che la crescente importanza dell'Autore abbia segnato una svolta in ambito televisivo, ci sembra che il discorso sia macchiato da un vizio di fondo, ossia la mania della divisione in ere e dell'attribuire etichette.

Se gli ascolti dei networks sono dichiaratamente in calo e si parla, con l'avvento di internet, di TV III, ossia dello sviluppo della televisione su nuove piattaforme e tecnologie che hanno in fondo scarsa parentela con il mezzo originale, non è ormai assurdo parlare di terze Golden Age o di Platinum age televisive? Se proprio si vuole giocare a questo gioco, avrebbe più senso parafrasare

---

<sup>1</sup> A. GRASSO, *Buona maestra – Perché i telefilm sono diventati più importanti del cinema e dei libri*, Arnoldo Mondadori Editore, Milano 2007

<sup>2</sup> S. BANET-WEISER, C. CHRIS e A. FREITAS (edited by) *Cable Visions – Television Beyond Broadcasting*, New York University Press, New York 2007

<sup>3</sup> B. MAIO, *La terza Golden Age della televisione*, Edizioni Sabinæ, Cantalupo in Sabina (RI) 2009

<sup>4</sup> R. THOMPSON, *Prefazione*, in *ivi*, p. 12

il celebre claim HBO e parlare di Golden Age della “not TV”, sia perché non si è evoluto solo il prodotto seriale, ma soprattutto il mezzo, sia perché la vera testa di ponte dell’ultima trasformazione della narrativa seriale ha origine proprio su HBO e più in generale sulle premium cable e alcune basic cable, mentre i network cercano di inseguirle senza troppa convinzione.

Andrebbe poi considerato che l’evoluzione del mezzo ha incrementato la tendenza alla segmentazione del pubblico. *Lost*, da più parti giustamente citato (piaccia o meno, non gli si può negare una struttura innovativa e molto complessa) come lo show di punta e più emblematico della nuova qualità delle produzioni dei network, non è più un campione d’ascolti dalla seconda stagione. Oggi raccoglie ormai la metà degli spettatori di una serie assai convenzionale come *NCIS Los Angeles* e, sebbene considerata la visione attraverso registrazione arrivi comunque a superare gli undici milioni di spettatori, va pure detto che nelle repliche non dà grandi risultati mentre quelle di *NCIS Los Angeles* ottengono numeri notevoli e lo show originale, *NCIS*, funziona molto bene in syndication. Questo per dire che l’utenza dei network non è cambiata così tanto e se show come *Heroes* vanno avanti è in virtù del loro sfruttamento multimediale e nel merchandising anziché per gli ascolti che ottengono. Tanto più che NBC, lanciata una serie sicuramente di qualità come *Southland* prodotta dal John Wells di *E.R.*, dove il taglio duro di *The Shield* si incrocia con un racconto corale e una *continuity* meno stringente, si è ritrovata a chiuderla dopo solo sette episodi. *Southland* è quindi stata acquistata dalla basic cable TNT, chiaramente più a suo agio con una produzione di questo tipo, anche se non al punto da ordinarne nuove puntate. C’è quindi una soglia oltre la quale i network, che vivono degli ascolti del grande pubblico, non possono spingersi e le produzioni degli ultimi anni faticano a mostrare elementi di interesse. Ben più vitale e stimolante è il variegato panorama delle cable Tv, dove si gioca secondo regole diverse: gli ascolti hanno meno importanza e se le industrie della birra e di altri prodotti percepiti come virili accettano di investire in serie violente e controverse come *The Shield* o *Sons of Anarchy* questo è sufficiente a tenerle in vita. Lo stesso vale per uno show pluripremiato e di gran classe come *Mad Men* la cui utenza si suppone essere abbiente e raffinata. Questi programmi hanno un’aura di qualità e un’utenza già scremata che compensa il loro minor pubblico, il messaggio pubblicitario sarà così meno dispersivo e andrà dritto al bersaglio.

Ancora minori problemi, anche perché del tutto immuni ai controlli dell’organo di censura televisiva FCC, hanno le premium cable, dove il proporre programmi percepiti come di qualità è fondamentale per ripagare gli abbonati del loro investimento. Qui non si tratta nemmeno di convincere gli investitori pubblicitari – dato che gli show su queste reti (HBO, Showtime e Starz) non hanno interruzioni – ma direttamente gli spettatori, che vogliono una Tv migliore e diversa da quella dei networks.

Se sulle premium cable si trovano show innovativi, è anche vero che difficilmente possono spostarsi dal loro ambiente e sono destinati a rimanere un prodotto relativamente di nicchia, come del resto accade in tutti i media, soprattutto quando la disponibilità economica della produzione costituisce una discriminante: il cinema d'essai non ha la stessa diffusione del cinema hollywoodiano, così come il fumetto americano indipendente rimane marginale rispetto ai comics Marvel e DC. Succede che gli autori si spostino in ambienti più commerciali o che la loro opera influenzi le produzioni più di largo consumo, ma il mutamento del gusto è un processo lento e con molti limiti. L'ultimo vero campione d'ascolti della Tv americana (ci si riferisce all'annata 2008-2009) è stato infatti *The Mentalist* una serie, pur gradevole, ma che appare datata e tradizionale, dove è difficile trovare anche solo gli elementi della Tv di qualità della Seconda Golden Age e non c'è quasi traccia del multi-threading tanto amato da Steven Johnson.

Per questo, piuttosto che cercare nuove etichette o definizioni di un'era televisiva o di una tendenza, preferiamo tornare a una nozione lungamente discussa ma non priva di valore come quella dell'Autore. Soprattutto perché l'evoluzione del panorama televisivo ci sembra abbia cambiato anche il modo di produrre uno show: i ritmi di produzione meno concitati, con una media di 12 episodi all'anno contro gli oltre 20 dei network; le cable, premium ma anche basic, devono dimostrare la loro differenza dai network e sono quindi quasi costrette a rischiare di più; la loro produzione deve infine essere considerata di qualità, se non addirittura prestigiosa, e prestigio e autorialità oggi vanno di pari passo. Tanto che il nome e l'immagine dell'autore vengono sfruttati anche per fini pubblicitari, attribuendogli meriti forse anche eccessivi e facendone un vero e proprio brand. Inoltre si può, a nostro avviso, delineare un diverso grado di influenza di un autore a seconda sia del committente, sia del processo produttivo, sia delle caratteristiche della serie.

Il primo capitolo considererà sinteticamente la figura dell'autore oggi, per poi fornire una carrellata di esperienze da diversi settori della serialità televisiva che raccontino le diverse modalità di lavoro, le ingerenze e le censure degli studios, lo spazio concesso ai vari collaboratori: registi, direttori della fotografia, gruppo di scrittura e attori. Una carrellata che confidiamo renda l'idea di un panorama assai variegato e metta in dubbio anche la validità, in alcuni casi, dell'idea di riconoscere in un solo sceneggiatore/produttore l'autore della serie. Riconosciuta la relativa convenzionalità dell'attribuzione autoriale, saranno affrontati due casi di studio all'interno della produzione di eccellenza di HBO, il primo è Alan Ball, uno sceneggiatore che arriva alla rete appena insignito di un Oscar e quindi con uno status autoriale già riconosciuto – e pertanto commercialmente sfruttabile. Il secondo è David Simon, ex-giornalista rimasto ai margini della produzione dei network e che persino in HBO deve lottare per realizzare opere dal taglio forse

troppo particolare anche per la premium cable, ottenendo però un successo critico con ben pochi precedenti.

Il lavoro di questi due autori sarà analizzato con l'idea di mettere alla prova la loro personalità artistica, ossia se davvero in un'opera collettiva come una serie televisiva l'apporto di una persona possa incidere sulla produzione e fino a che punto. Si confronteranno le serie realizzate alla ricerca di ricorrenze tematiche e stilistiche, così se nel primo capitolo saranno stati indicati i limiti dell'autore televisivo, nei capitoli successivi se ne individueranno i poteri e i meriti in una condizione ottimale e praticamente inesistente nello scenario Tv fino a poco più di una decina di anni fa. Perché è solo nella possibilità della serialità Tv di farsi davvero forma espressiva che possono nascere prodotti genuinamente originali, di qualità artistica paragonabile a quella del miglior cinema e della più alta letteratura, facendo del telefilm qualcosa forse non di più importante di film e libri, ma certo in grado di stare sullo stesso livello. Con in più il vantaggio di una forma ancora nuova, solo recentemente giunta a piena maturazione, e capace di fondere la complessità di un racconto lungo o di una vera saga alla marcata polisemia del linguaggio per immagini.